

СУЩНОСТЬ И СТРУКТУРА МЕДИКАЛИЗАЦИИ

Научный руководитель: Черняк Ю. Г.

На протяжении длительного периода времени старания многих социальных наук были направлены на осмысление общественной роли медицины и ее институтов. В свою очередь, XXI век ознаменовал собой рост бурных обсуждений и появление критических теорий, направленных в первую очередь на переосмысление роли медицины. И хотя заслуги медицины перед человечеством велики, к числу проблем, вызванных непосредственно медициной, можно отнести чрезмерный рост расходов на здравоохранение и создание новых патологий, требующих как новых методов, так и новых средств для их лечения. К проблемам, вызванным медициной, относится также и медикализация, которая заслуживает отдельного рассмотрения.

Для адекватного понимания сущности медикализации необходимо первоначально определить ее в узком и широком смысле. В широком смысле медикализация трактуется как возрастание роли медицины в обществе и ее распространение на все сферы этого общества. В узком смысле под медикализацией понимается процесс рассмотрения поведенческих актов людей как тех, которые требуют медицинского вмешательства. Таким образом, рассмотрение феномена медикализации в двух смыслах позволяет нам определить ту мыслительную рамку, в границах которой выделение структуры медикализации становится возможным.

Одним из первых структурных компонентов медикализации является контекст языковых практик, который заключается в проникновении в сознание масс медицинского категориального аппарата, образа мышления и представлений о болезнях и их возникновении. Результатом подобного проникновения медицины является усиленный интерес населения к медицинской проблематике, что приводит к крайним формам озабоченности своим здоровьем и способствует формированию альтернативной медицины.

Другим структурным компонентом медикализации выступает коммерческий контекст, который состоит в том, что медицинские заведения и фармацевтические корпорации используют в личных интересах озабоченность населения своим здоровьем, заставляя их приобретать все более и более дорогостоящие медицинские препараты. Следующим структурным компонентом, тесно связанным с предыдущим, является контекст СМИ. Данный контекст заключается в том, что на сегодняшний день практически

каждое средство массовой информации транслирует через себя различные сведения о болезнях и о способах их лечения, добавляя к этому бурные обсуждения самой медицины в целом, порой доходя до грани спекуляции [2].

Еще одним структурным компонентом медиализации является идеологический контекст, который заключается в культивировании здорового образа жизни. Путем развития подобной идеологии медицина предоставляет человеку широкий спектр всевозможных услуг, позволяющих справляться с проблемами разного характера, однако, не всегда оказывающих положительное воздействие на индивида. Последним, но не менее важным структурным компонентом медиализации выступает технологический контекст. Смысл данного контекста заключается в том, что стремительное развитие науки и техники приводит к возникновению таких ситуаций, при которых у человека больше нет ни потребности, ни желания самому справляться с проблемами своего организма, так как – по его мнению – существуют определенные медицинские препараты и практики, позволяющие решить его проблемы здесь и сейчас.

Рассмотрев сущность и структуру феномена медиализации, необходимо кратко рассмотреть его основных агентов. Первым и самым очевидным агентом медиализации являются врачи, которые на данный момент играют главную роль в медиализации многих типичных состояний человека [1]. Пациенты также стали все чаще и чаще выступать заинтересованными лицами в процессе медиализации, пытаясь найти в медицине решение своих физических и психических проблем. Самым значимым агентом медиализации выступает фармацевтическая индустрия, целью которой является получение экономической выгоды [1]. Наконец, последним агентом медиализации являются фармацевты, которые на сегодняшний день фармацевты выступают как консультанты при выборе пациентом того или иного препарата. Таким образом, феномен медиализации является многосторонним процессом, охватывающим разные контексты социальной реальности. В то же время феномен медиализации не осуществляется сам по себе, он воспроизводится определенными агентами, выполняющими как позитивные, так и негативные функции в этом процессе, что и находит свое отражение в социальной структуре общества.

-
1. Добrorодный, Д.Г., Черняк, Ю.Г. – Медиализация как социокультурный феномен и предмет междисциплинарного исследования // Философия и социальные науки. 2012. №1/2. С. 82-88.
 2. Медведева, Л.М. – Nomomedicus как возможный результат медиализации // Философские науки. 2012. № 1. С. 210-214.